

EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DURANTE LA CRISIS DE COVID-19



La pandemia del COVID-19 ha trastocado vidas y ha acelerado la transformación digital de los concesionarios automotrices.

Ante el riesgo de contagio casi en cualquier lugar, los potenciales **compradores de autos se refugian** más que nunca en sus **computadoras, tabletas o teléfonos móviles** para **hacer sus compras, incluso de autos.**



Según un reciente estudio de Google, **los compradores esperan más ofertas para la compra de vehículos**, pero también una experiencia en línea más digital.

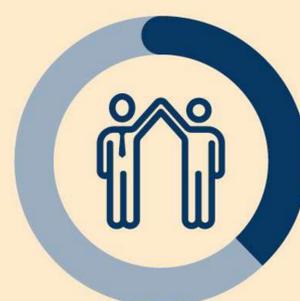
LAS CIFRAS DE ESE SONDEO MUESTRAN:



52%
Promociones especiales



46%
Opciones de compra online



38%
Contacto directo con los vendedores



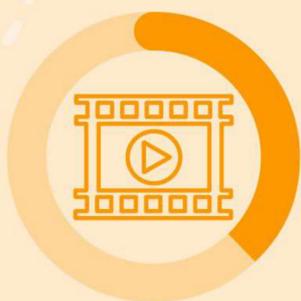
37%
Videos comparativos



36%
Pruebas de manejo a domicilio



34%
Configurador en línea



31%
Video llamada



29%
Showroom virtual

Punto de contacto Offline

Punto de contacto Online

Si no quieres quedarte fuera de la competencia por captar compradores en línea, **tienes que ofrecer a tus potenciales clientes la experiencia virtual que esperan.**

Cada vez **están más acostumbrados al comercio electrónico** y solo esperan que **tu concesionario les brinde las herramientas digitales** para cerrar su **ciclo de compra de autos en internet.**